السياحة في الوطن العربي ودورها في دعم التكامل الاقتصادي

محمد بن مفرح القحطاني*

ملخص: أصبح قطاع السفر والسياحة من أكبر الصناعات الاقتصادية وأكثرها تنوعاً في العالم، حيث يحتل مكانة مهمة في التركيب الاقتصادي والاجتماعي في معظم دول العالم. ودول الوطن العربي من بين الدول التي بدأت حديثاً تولي صناعة السفر والسياحة اهتماماً كبيراً، حيث بدأت في تنمية مواردها السياحية الكبيرة وتطويرها مما أدى إلى زيادة حركة السياحة الدولية، وإسهامها بدور فاعل في توسيع قاعدتها الاقتصادية الوطنية والإقليمية. تهدف هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على أهمية تنمية ما يزخر به الوطن العربي وتطويره من تنوع بيئي وموارد وإمكانات سياحية كبيرة في إطار تكامل سياحي عربي ينتفع من الميزة النسبية لكل سوق سفر عربي، وبمنطلق واقعي يتعامل من مبدأ المصالح السياحية المشتركة القادرة على تفعيل حركة السياحة العربية البينية. إن زيادة حركة السياحة العربية البينية يمكن أن يكون لها دور مهم في تقوية حب الوطن وتعميقه والانتماء إلى الأسرة العربية الكبيرة، بالإضافة إلى التكامل الاقتصادي، حيث أكدت المتغيرات الدولية الأخيرة على أن المصالح الاقتصادية المشتركة هي القادرة على توحيد الوطن العربي بطريقة واقعية وبعيدة عن أحلام السياسة وتطلعاتها.

المصطلحات الأساسية: السياحة، الموارد السياحية، السياحة البينية، التنمية السياحية، التكامل الاقتصادي العربي.

---

* أستاذ مشارك، رئيس قسم العلوم الاجتماعية، كلية اللغة العربية والعلوم الاجتماعية والإدارية، جامعة الملك خالد.

مقدمة:

لا يختلف العرب حول ضرورة الوحدة العربية وأهميتها، وبخاصة في هذا العصر، عصر العولمة والاستراتيجيات الدولية، والعسكرية، والاقتصادية، والسياسية، ولكن يكثر الجدل حول شكلها ووسائل تحقيقها وكيفيته ومراحله.

وبرغم ما واجهه العمل العربي المشترك خلال نصف القرن الماضي من عقبات ومعوقات وتحديات أمنية وسياسية واقتصادية، فإن الوطن العربي تتوافر له مقومات الوحدة والتكامل أكثر من أي إقليم أو منطقة أخرى في العالم، جغرافياً وحضارياً واقتصادياً، ومن ناحية التاريخ والمصير المشتركين، بل إن التباين في الخصائص والسمات الطبيعية والثقافية والاقتصادية في الوطن العربي يساعد على تحقيق الوحدة والتكامل لا التفرق والتفرد، إذا اتسمت النظرة إليه بالواقعية والشفافية والتعامل معه من مبدأ المصالح المشتركة.

من هذا المنطلق تهدف هذه الدراسة، ومن منظور صناعة السياحة، إلى تسليط الضوء على واقع السياحة العربية واتجاهاتها وحجم السياحة البينية وأهميتها في تحقيق التكامل الاقتصادي العربي. وذلك من خلال محاولة الإجابة عن التساؤلات التالية:

1 – ما أهم موارد الجذب السياحية في الوطن العربي ودورها في زيادة التفاعل والتكامل بين الأقطار العربية؟

2 – ما أهمية القطاع السياحي في الاقتصاد العربي؟

3 – ما المزايا النسبية لأسواق السفر العربية ودورها في تفعيل حركة السياحة العربية؟

4 – ما حجم السياحة البينية في الوطن العربي واتجاهاتها؟

5 – ما أهم الوسائل لتفعيل السياحة لتصبح إحدى آليات التكامل الاقتصادي العربي؟

يؤمل من خلال الإجابة عن هذه الأسئلة أن تتضح أهمية السياحة العربية البينية في زيادة الاتصالات بين أبناء الوطن العربي، وفي زيادة الاستثمارات في مشروعات عربية مشتركة، ومن ثم تتطور العلاقات الاجتماعية والاقتصادية وتستكمل متطلبات إقامة تكامل اقتصادي عربي فاعل.

والحقيقة أنها فرصة تاريخية لمناقشة السياحة البينية العربية وتطويرها، وذلك بعد المستجدات في الساحة السياسية الدولية نتيجة للهجوم على مدينتي نيويورك وواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001، وما تبع ذلك من توتر وخوف متزايدين من ركوب الطائرات، وارتفاع كلفة السفر، والهجوم على الإرهاب وبطريقة ضمنية على العرب والمسلمين مما قد يؤدي إلى انخفاض حجم السياحة الدولية وبنسب أكبر في مناطق الأحداث الساخنة وأهمها الشرق الأوسط، وعزوف مماثل للسفر العربي والإسلامي للجواذب السياحية الغربية المعتادة والبحث عن مقاصد سياحية أكثر أمناً في دائرة الثقافة نفسها.

وعلى الرغم من أن السياحة تعد أكبر صناعة في العالم بمعايير الدخول التي تحققها وفرص العمالة والاستثمار ومقدار ما تحققه من مضاعفات (Multipliers)، كما أنها أصبحت سلاحاً سياسياً تتحقق به الوحدات السياسية الإقليمية بحكم ما تسببه من زيادة في حركة رؤوس الأموال والسلع والناس والمعلومات، فإنها لم تلق الاهتمام المناسب من الباحثين في الوطن العربي. وقد يعود السبب إلى النقص الشديد في المعلومات والبيانات، ولهذا فإن دراسة مثل هذه تواجه عدة مشكلات أهمها:

1 – غياب قواعد البيانات السياحية المعتد بها لدى كثير من الدول العربية والتي يتفاوت وزن السياحة بها وكذلك مؤسساتها، فهناك دول فيها وزارات عريقة للسياحة مثل مصر، وأخرى تفتقد ذلك مثل جيبوتي والصومال، وأخرى حديثة العهد بالاهتمام مثل السعودية والسودان. ولا يوجد تبادل لتلك البيانات أو تجمع لها في مركز واحد يعمل على نشره فضلاً عن عدم وجود دوريات عربية علمية بمعنى الكلمة عن السياحة.

2– تتعامل الإحصاءات الدولية عن السياحة مع بيانات الدول العربية بطريقة شائكة تصعب من تداول بياناتها وتحليلها، فهي تنقسم وفقاً لتصنيف منظمة السياحة الدولية (World Tourism Organization) بين الأقاليم التالية:

– تصنف معظم الدول العربية تحت إقليم الشرق الأوسط، والذي يضم كل دول شبه الجزيرة العربية والعراق وسوريا ولبنان والأردن ومصر وليبيا.

– إقليم شمال أفريقيا ويضم الجزائر والمغرب وتونس والسودان.

– تظهر إحصاءات الصومال وجيبوتي وجزر القمر في إقليم أفريقيا جنوب

الصحراء، أما موريتانيا فلا تظهر كثيراً في الإحصاءات الأفريقية وتغفل عند ذكر الشرق الأوسط وشمال أفريقيا.

هذه الحقائق توضح بعض جوانب صعوبة إجراء مثل هذه الدراسة، وعدم ضم الجداول التالية لكل الدول العربية.

أما المشكلة الأخرى عدا المتعلقة بالتصنيف العالمي للأقاليم السياحية وما يترتب عليها من ارتباك في شكل البيانات والحصول عليها فإنها نابعة من عدم وجود اجتهاد عربي واضح في تعريف السياحة. وهذا نابع من مشكلة أكبر هي عدم الاهتمام برصد السفر والسياحة ودراستهما، وغيابهما عن مناهج المؤسسات العلمية والبحثية، ومن ثم عدم انتشار مجلات علمية دورية تهتم بهذا الحقل من المعرفة.

وبناء عليه سنعتمد على البيانات والتعريف الذي تقترحه منظمة السياحة الدولية (WTO)، لأنها المصدر الوحيد لبيانات السياحة على المستوى العالمي وفي إطار التعريف الذي تقترحه. إن أي حركة في الحيز تعد سفراً (Travel) وبصرف النظر عن المسافة والغرض والزمن المستغرق، فإذا ما تم عبور الحدود الدولية عد ذلك سفراً دولياً (International Travel)، فإذا كانت المدة المستغرقة في الزيارة أقل من يوم كامل أو دون مبيت فإنه يعد زائراً ليوم واحد(Same-day Visitor). أما إذا زادت فترة الزيارة على يوم فإن هذا يعد سياحة (Tourism) والتي تعرف بأنها: «جميع النشاطات الناتجة عن سفر الأفراد وإقامتهم في أي مكان غير مكان الإقامة المعتاد مدة لا تزيد على سنة وبهدف ممارسة أنشطة ترويحية وتجارية وغيرها من الأنشطة التي لا يُتقاضى مقابلها أجر من مكان الزيارة» (Goeldner, *et al.*, 2000:16).

ويجب أن نشير هنا إلى أن هذا التعريف يُعد كل أشكال السفر للأغراض الدينية سياحة، وبناء عليه يمكن اعتبار الحج والعمرة من أشكال السياحة. وتصدر بيانات السفر الدولية عن المملكة العربية السعودية على هذا الأساس.

موارد الجذب السياحي في الوطن العربي

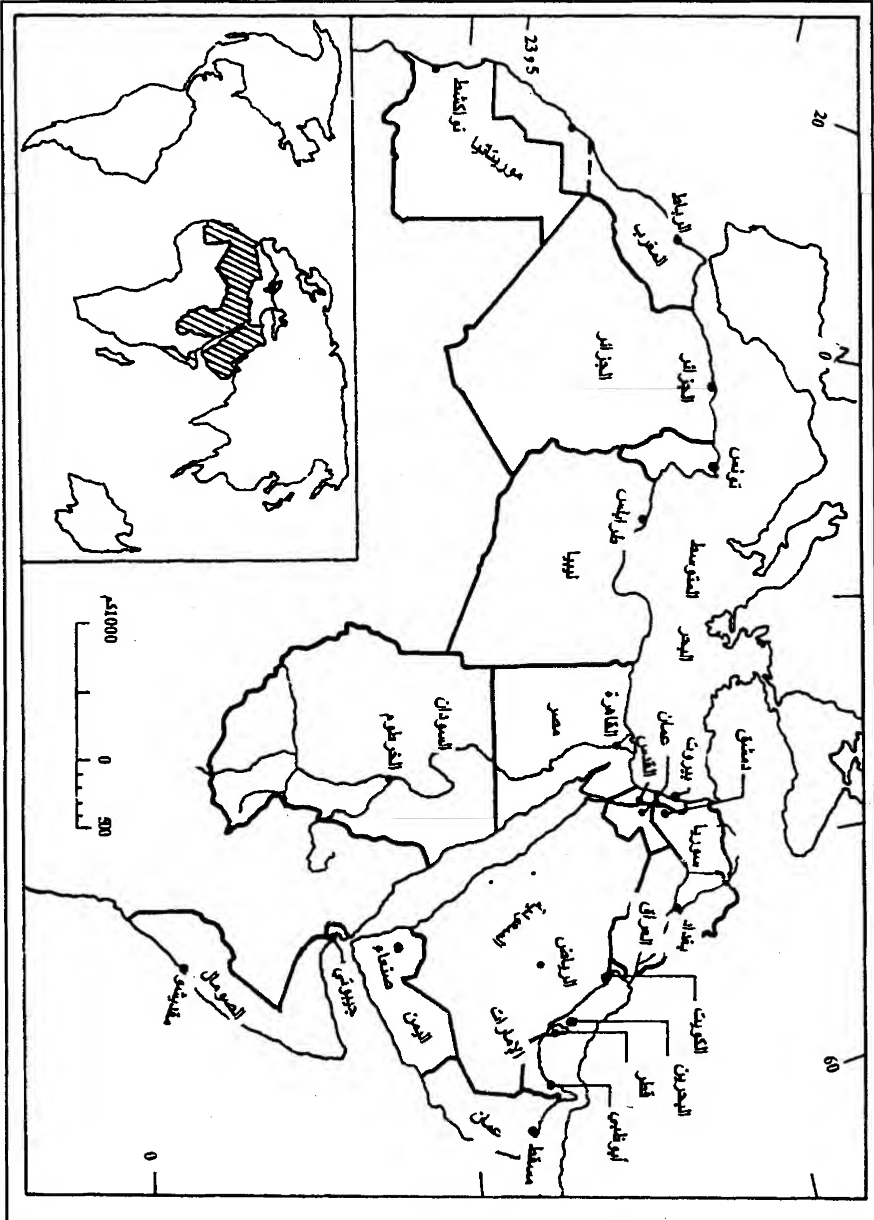
السياحة بوصفها منشطاً اجتماعياً واقتصادياً وحراكاً بشرياً تتميز بخصوصية قيامها أساساً على التباين والتكامل البيئي والحضاري بين مصادر الحركة ومقاصدها. ولعل مفاهيم الجغرافي الأمريكي أولمان (Ullman) الثلاثة الشهيرة حول الحراك البشري والتفاعل بين الأماكن (التكاملية، والفرص الدخيلة، والانتقالية) تمثل

إطاراً مناسباً لدراسة السياحة (Ullman, 1956). فهو يقول إن التباين البيئي والحضاري يمثل قاعدة رئيسة للتفاعل السياحي بين الأماكن، ولكن ذلك التفاعل لا يكون آلياً وإنما يتطلب تكاملية (Complementarity) بين الأماكن المعنية، بمعنى أن يكون ما هو مفقود ومطلوب في مكان متوافر أو يتصور أنه موجود ومعروض في مكان آخر. وحتى هنا لا يكون الحراك من مكان الطلب إلى مكان العرض مؤكداً لأنه قد توجد أماكن أخرى تقع بين المكانين (Intervening Opportunities) تقدم كل المطلوب أو بعضه وتحول اتجاه الحراك إليها. فاحتمال وجود هذه الأماكن الدخيلة يزيد بزيادة المسافة الفاصلة بين المكانين.

كما أن المسافة نفسها محسوبة بالكلفة الاقتصادية (والنفسية) والزمن، والتي تحكم إمكان الانتقال (Transferability) بين المكانين من عدمه في علاقة عكسية، كلما زادت قلت فرصة الحراك أو الانتقال الفعلي (Distance Decay). وهناك جغرافي آخر استبدل بمفهوم الفرص الدخيلة مفهوم العقبات المتداخلة (Intervening Obstacles) التي قد تمنع تنفيذ الانتقال الفعلي لمكان العرض السياحي أو تعطله كارتفاع الكلفة أو حدوث حروب أو مشكلات سياسية أو صحية أو عدم الحصول على تأشيرة دخول وغير ذلك مما لا يتعلق بالشخص المعني بالحراك (Lee, 1966).

ويمكن إلى حد بعيد فهم السياحة في الوطن العربي من خلال هذه المفاهيم. فالوطن العربي يضم 22 دولة تمتد على مساحة واسعة تزيد على 14 مليون كم^2 تشكل كتلة واحدة متصلة الأجزاء تقريباً (الشكل (1) والجدول (1)). تمتد هذه الكتلة في أطرافها القصوى من حدود الصومال مع كينيا عند دائرة عرض (2°) جنوب خط الاستواء إلى الحدود السورية مع تركيا عند ($30'$: 37°) شمالاً تقريباً، والمسافة تزيد على (4500 كم). كما تمتد أيضاً من المحيط إلى الخليج بين خطي طول (15°) غرباً (عند رأس نواذيبو في موريتانيا) إلى (60°) شرقاً تقريباً (عند رأس الحد في سلطنة عمان) والمسافة تتجاوز (7500 كم) (محمد الزوكه، 1991: 19).

يشكل الموقع الجغرافي للوطن العربي أهمية كبيرة بالنسبة لتطور حركته السياحية، وذلك لوقوعه عند التقاء قارات العالم القديم (أوروبا وآسيا وأفريقيا)، وكل دوله تطل على بحار، مما يجعله في موقع متوسط من واقع كلفة السفر. وهذه الخاصية تجعله في وضع أفضل مقارنة بالأقاليم السياحية المنافسة.



شكل 1: الوطن العربي

جدول 1: السكان والمساحة ومتوسط الدخل في الوطن العربي، 1997

الدولة	السكان (ألف نسمة)	المساحة (ألف كم^2)	كثافة السكان (نسمة/كم^2)	متوسط الدخل (دولار أمريكي)	% سكان الحضر
مصر	59,449	1,002	59	1,272	45
تونس	9,215	156	59	2,059	64
السعودية	20,001	2,250	9	7,324	85
المغرب	28,219	711	40	1,184	54
البحرين	620	0,7	886	10,240	غ.م
الإمارات	2,624	84	31	19,205	78
الأردن	4,600	89	52	1,517	73
سوريا	15,100	185	82	1,100	51
الجزائر	28,494	2,381	12	1,680	59
لبنان	3,290	10	329	4,518	89
قطر	522	11	47	21,644	غ.م
عمان	2,255	310	7	7,023	81
العراق	21,305	435	50	3,701	69
ليبيا	5,044	1,758	3	6,694	87
الكويت	2,209	18	123	13,590	97
اليمن	16,484	555	30	405	26
السودان	28,701	2,506	11	370	34
موريتانيا	2,209	1,032	2	486	55
جيبوتي	602	23	26	831	غ.م
الصومال	9,314	638	15	غ.م	غ.م
المجموع	260,468	14,132	18	2,327	–

– المصدر: الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، التقرير الاقتصادي العربي الموحد، سبتمبر، 2000، صفحات مختلفة.
– النسب من عمل الباحث.
– غ. م: معلومات غير متوافرة.

أما من حيث المساحة فنجد دولاً كبيرة الحجم مثل السودان والجزائر والسعودية وكلها تفوق مليوني كم^2، وليبيا وموريتانيا تفوقان مليون كم^2، وتقترب مصر من ذلك الرقم. ودول تقترب أو تزيد على نصف مليون كم^2 مثل الصومال والعراق والمغرب. وفي الطرف النقيض نجد الدول الصغيرة المساحة، مثل البحرين 707كم^2، وتقل تسع دول عن مائة ألف كم^2 (الجدول 1).

وبرغم وجود سمات عامة متعددة (طبيعية وبشرية) مشتركة بين أقاليم الوطن العربي ودوله فإن النظرة المجهرية تظهر أيضاً تبايناً لا يمكن إغفاله، بل هو في حد ذاته يشكل عاملاً من عوامل الوحدة والتكامل العربي، وبخاصة في مجال السياحة البينية.

1 - الموارد السياحية الطبيعية:

تتنوع الموارد السياحية الطبيعية في الوطن العربي تنوعاً كبيراً مما يساعد على تطوير كثير من الأنماط والنشاطات السياحية. فشواطئه البحرية ذات أهمية سياحية كبيرة، وذلك لوقوعها على عدد من المسطحات البحرية ذات القيمة السياحية العالية، على البحر المتوسط والبحر الأحمر وبحر العرب والخليج العربي والمحيط الأطلسي والمحيط الهندي. وتتميز هذه الشواطئ بأنها طويلة وغير عميقة وانحدارها قليل وتخلو من التيارات البحرية القوية، مما يقلل من خطورتها ويزيد من أهميتها السياحية. ومعظمها متسعة ورمالها ناعمة ومتعددة الألوان. ويوجد بالقرب من الشواطئ كثير من الجزر والرؤوس والخلجان الصغيرة والتي تتيح فرصاً ترويحية متعددة. كما تحفل البحار العربية، وبخاصة البحر الأحمر، بتشكيلات ثرية من الشعاب المرجانية والتي تحقق بدورها ثراء في أنواع الأسماك والقشريات والأحياء البحرية الأخرى، مما يتيح فرصاً للرياضات البحرية المتنوعة (محمد القحطاني وآخرون، 1997).

وتنتشر السهول الساحلية في الوطن العربي على طول مسطحاته المائية. وتتميز في أجزاء كثيرة بكثافة سكانها ومواصلاتها وتنوع مواردها السياحية مما يساعد على ممارسة كثير من النشاطات السياحية والترفيهية. أما السهول الداخلية المتمثلة في بطون الأودية والسهول التي توجد بين السلاسل الجبلية كسهول المغرب الموجودة بين سلسلتي الأطلس وشمال العراق وبلاد الشام فتتميز بخصوبتها العالية ومناظرها الطبيعية الخلابة، كما يتوافر بها كثير من الخدمات

والمرافق السياحية المهمة، ومن ثم تجذب إليها نسبة كبيرة من السياح. تنتشر كثير من الواحات الجميلة في بعض الأحواض الرملية الداخلية والتي طورت لجذب السياح الذين ينشدون نمط الحياة التقليدية بتراثها وعاداتها في عدد من الدول العربية كما في مصر وتونس والمغرب.

وتغطي أجزاءً مهمة من الوطن العربي الجبال والتي تعد من أهم الثروات السياحية، حيث تزدهر سياحة الاصطياف والرياضات الشتوية وتسلق الجبال، وسياحة الاستشفاء والاستجمام والتجوال للتمتع بمناظرها الطبيعية ومناخها وتنوعها البيئي وبتكويناتها الصخرية المتنوعة. توجد الجبال الالتوائية شمال سوريا والعراق (جبال طوروس وزاجروس)، وتمتد سلسلة الجبال الغربية من شمال غربي شبه الجزيرة العربية حتى جنوبها الغربي والتي يصل ارتفاعها في الأراضي السعودية إلى نحو 3248 متراً في قمة السودة بمنطقة عسير، حيث تم تطوير كثير من الخدمات والمرافق السياحية مثل العربات المعلقة والقرى والفنادق السياحية وغيرها والتي تجذب آلاف السياح من داخل المملكة العربية السعودية وخارجها خلال الصيف، وترتفع إلى نحو 3760 متراً في الأراضي اليمنية قرب مدينة صنعاء. وتغطي الجبال أكثر من ثلث مساحة لبنان بارتفاع يصل إلى قرابة 3090 متراً في قمة القرنة السوداء، وهي أعلى قمة في بلاد الشام والتي تتميز بكثرة ينابيعها وغاباتها وكثافة عمرانها وقراها السياحية مما جعلها من أهم مناطق الاصطياف في الوطن العربي (فضل يونس، 1993: 59). وفي مصر والسودان تمتد المرتفعات الأخدودية على طول سواحل البحر الأحمر، كما تنتشر الجبال في إقليم كردفان في السودان، وليبيا (الجبل الأخضر). وتمتد سلاسل جبال أطلس في كل من تونس والجزائر والمغرب والتي تصبح أكثر تعقيداً وارتفاعاً في الأراضي المغربية، حيث تصل إلى 4165 متراً (عبدالعباس الغريري وآخرون، 1999: 68).

أما بالنسبة للمناخ والذي يعد من الموارد السياحية المهمة فيتميز بتنوعه، حيث يقع الوطن العربي ضمن خمسة نطاقات مناخية رئيسة. ويتميز كل إقليم مناخي بعدد من الخصائص التي تساعد على تطوير أنماط مختلفة من النشاطات السياحية على مدار العام. فنجد مناخ البحر المتوسط منتشراً في شمال كل من المغرب والجزائر وتونس وليبيا ومصر وفلسطين ولبنان وسوريا وشمال العراق والذي يتميز بصيف جاف وحار وشتاء معتدل وممطر. ويعد هذا الإقليم من أهم الأقاليم السياحية في العالم، حيث إن سواحل البحر المتوسط من أهم المنتجعات

السياحية لكثير من السياح المقبلين من معظم بلاد العالم. وينتشر المناخ الشمالي شبه الجاف في دول شمال أفريقيا وفي كل من الأردن وفلسطين وسوريا والعراق، ويتميز بخصائص مناخ البحر المتوسط نفسها ما عدا كمية الأمطار التي تقل في هذا النطاق عن 500 ملليمتر، ولكن يتميز باعتدال حرارته مما يزيد من أهميته السياحية. كما نجد المناخ المداري المطير في كل من جنوب السودان وأقصى جنوب الصومال. ويمتد مناخ السفانات المكشوفة المناسب للسياحة الشتوية لاعتدال حرارته والتي لا تنخفض عن (20) درجة مئوية في فصل الشتاء في أراضي السودان وموريتانيا والصومال واليمن. ويغطي المناخ الصحراوي مساحات كبيرة من الوطن العربي. وعلى الرغم من تطرف مناخ هذا النطاق فإنه يتمتع بمناخ مناسب للسياحة خلال فصل الشتاء والربيع، حيث يمكن تطوير بعض النشاطات السياحية مثل الراليات الدولية وزيارة واحاته الجميلة.

تنتشر الأنهار في أجزاء كثيرة من الوطن العربي إلا إنها حتى الآن لا تستغل بشكل مناسب في النشاطات السياحية، وذلك لعدم انتظام جريانها وعدم صلاحية معظمها للملاحة وضعف مستوى مرافقها وخدماتها السياحية. وأهم هذه الأنهار: النيل والفرات ودجلة والملوية وسييو وأم الربيع والعاصي والأردن والليطاني وغيرها.

أما بالنسبة للموارد النباتية والحيوانية فإنها تتباين حسب الظروف الطبيعية المختلفة، فتنتشر الغابات في البلاد التي يمتد فيها مناخ البحر المتوسط والمناخ المداري المطير، والمناطق الجبلية. وأنواع النباتات والحيوانات والطيور البرية متعددة، وذلك لتنوع المناخ والظروف الطبيعية الأخرى. وحتى الآن ليس لهذه الموارد أهمية سياحية كبيرة، وذلك لضعف الوعي البيئي والهوايات التي تعتمد على هذا النمط من الموارد، كما أن كثيراً من الأنواع النباتية والحيوانية النادرة في الوطن العربي مهددة بالانقراض بسبب الصيد الجائر وانتشار العمران وتطرف بعض ظروف الطبيعة.

2 – الموارد السياحية البشرية:

بالإضافة إلى غنى الوطن العربي بالموارد السياحية الطبيعية فهو غني أيضاً بالموارد البشرية المهمة، فأرضه تعد مهداً لظهور طلائع الحضارات الإنسانية الكبرى القديمة والحديثة، كما أن أرضه مهد الرسالات السماوية الثلاث: الإسلام

والمسيحية واليهودية. ويكاد لا يخلو جزء من أجزائه من وجود الآثار والشواهد الحضارية التي تدل على عظمته وعراقته. فنجد آثار الفراعنة في مصر، وبابل وآشور في العراق، والأنباط في الأردن والسعودية، والفينيقيين في لبنان، والآثار اليونانية والفارسية والرومانية في مواقع عدة من الوطن العربي. كما نجد الآثار الإسلامية في كل جزء من أجزاء الوطن العربي. وقد اختارت منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة (اليونيسكو) 38 موقعاً بعضها مدن أو أجزاء من مدن، مواقع تراث عالمي بارز على امتداد العالم العربي منذ عام 1979 حتى عام 1998 (الشرق الأوسط، العدد 7803، في 2000/4/9). وما زال يوجد كثير من المواقع الأخرى ذات التراث التاريخي العريق التي لم يتم التعريف بها بعد.

بلغ عدد سكان الوطن العربي في عام 1997 نحو 260,4 مليون نسمة. ويقدر معدل النمو السكاني بنحو 2,4%، وهو من أعلى المعدلات في العالم (الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2000). أما الكثافة السكانية العامة فقد بلغت قرابة 18 نسمة/كم^2 في عام 1997. والجدول (1) يوضح التباين الكبير في الكثافة السكانية العامة في دول الوطن العربي والتي تتراوح بين 2 نسمة/كم^2 في موريتانيا و886 نسمة/كم^2 في البحرين. وترتفع نسبة سكان الحضر في جميع الدول العربية فيما عدا ثلاث دول هي: اليمن (26%) والسودان (34%) ومصر (45%). والحقيقة أن ارتفاع عدد السكان، وبخاصة سكان المدن، يعني بالضرورة زيادة الطلب على الخدمات السياحية، وبخاصة أن السياحة نشاط تتطلب ممارسته مساحات واسعة لا تتوافر عادة في المدن.

ويعد ارتفاع مستوى الدخل الفردي من أهم العوامل المساعدة على السفر السياحي وتطور الحركة السياحية في أي مكان، لأن ارتفاع قيمة الدخل الفائض عن الاحتياجات الحياتية الضرورية يساعد على توجيه جزء مهم منه للترويح والسياحة (Goeldner, *et al.*, 2000: 338). والحقيقة أن الدول العربية قد أولت خلال العقود الماضية اهتماماً كبيراً برفع مستوى معيشة سكانها. فقد ارتفع متوسط نصيب الفرد العربي من الناتج المحلي الإجمالي من قرابة 1965 دولاراً بالأسعار الجارية في عام 1985 إلى زهاء 2327 دولاراً في عام 1997، أي بزيادة قدرها 18,4%. ويتفاوت متوسط نصيب دخل الفرد في الدول العربية، حيث يتجاوز 13,500 دولار في قطر والإمارات والكويت، ويبلغ 10,240 دولاراً في البحرين، ويتراوح بين 6,700 و7,300 دولار في ليبيا وعمان والسعودية، وبين 2,000 و4,500 دولار في تونس والعراق ولبنان، وبين

1,100 و1,680 دولاراً في سوريا والمغرب ومصر والأردن والجزائر، و831 دولاراً في جيبوتي، ويقل عن 500 دولار في كل من السودان واليمن وموريتانيا (الجدول 1). وبناء عليه يمكن تصنيف سكان الوطن العربي حسب متوسط دخل الفرد إلى الآتي: نسبة 78,7% من مجموع السكان تقع ضمن شريحة الدخل المتوسط، و18,9% ضمن شريحة الدخول المنخفضة، و2,4% فقط ضمن شريحة الدخول العالية. والحقيقة أن هذا المؤشر يدل على أن نسبة مهمة من سكان الوطن العربي يمكنها السفر والسياحة مما يعزز فرص تطور حركة السياحة البينية.

وعلى الرغم من أن الأكثرية العظمى من سكان الوطن العربي يتكلمون اللغة العربية ويدينون بالإسلام وينتمون من الناحية السلالية إلى عنصر البحر المتوسط، فإنه توجد به أيضاً تباينات عرقية وثقافية، من حيث طرق العيش والحرف والتراث والفلكلور والتفاعل الحضاري مع العالم الخارجي، كلها تأثرت بدرجة كبيرة بعوامل الموقع والموضع وخصائص البيئة الطبيعية والأحداث التاريخية التي مر بها. وهذا التنوع الحضاري ضروري للنشاط السياحي، لأنه يساعد على إرضاء أذواق السياح واحتياجاتهم ودوافعهم ورغباتهم مهما كانت، وعلى قدرة الموقع السياحي على تطوير مجموعة من الأنماط السياحية التي تساعد على تنشيط التدفق السياحي على مدى العام.

ويوجد حالياً بنية تحتية جيدة من الطرق والمطارات ووسائل الاتصال ووسائط النقل والمواصلات التي تربط أجزاء الوطن العربي بعضها ببعض. تتوافر أيضاً المرافق والخدمات الأساسية الأخرى من طاقة ومياه وكهرباء وخدمات صحية والتي يمكن من خلالها خدمة النشاط السياحي بشكل جيد في معظم مناطق الجذب السياحي المهمة فيه. كما تطورت هياكل البنية الأساسية الفوقية الضرورية للسياحة كخدمات السكن السياحي (فنادق، وشقق مفروشة، واستراحات، وشاليهات، وقرى سياحية)، وخدمات الطعام ووكالات السياحة والسفر، ومراكز التسوق وأنشطة الترويح والتسلية وغيرها.

3 - الأهمية النسبية لأسواق السفر العربية:

بلغ عدد الأسرّة في الفنادق والمنشآت المماثلة في الوطن العربي 786,359 سريراً في عام 1997، أي قرابة 3% فقط من إجمالي العالم. ويمكن عن طريق استخدام مقياس ديفرت (Defert Index) قياس التوطن السياحي والذي يعد من أهم

مؤشرات الأهمية السياحية. ومقياس ديفرت الذي يقيس العلاقة بين عدد الأسرّة في الفنادق والمنشآت المماثلة وعدد سكان الإقليم أو الدولة، يرمز له بالحرفين (Tf)، ويمكن الحصول عليه كما يلي (Smith, 1995: 216):

$$Tf = \frac{NP(100)}{P}$$

حيث إن: Tf = مقياس ديفرت، NP = عدد الأسرّة السياحية، P = سكان الدولة.

والجدول (2) يبين نتيجة تطبيق معامل ديفرت لقياس الأهمية النسبية للسياحة في الوطن العربي، وبناء عليه يمكن ترتيب الدول العربية من حيث التنمية السياحية وفقاً لهذه المعادلة على النحو التالي: تأتي تونس في المرتبة الأولى وتليها البحرين ومن ثم الإمارات (برغم أن عدد الأسرّة يمثل إمارة دبي فقط)، والرابعة قطر، وتأتي الأردن في المرتبة الخامسة، ولبنان في المرتبة السادسة، والمغرب في المرتبة السابعة. أما مصر التي تأتي في المرتبة الثانية من حيث عدد الأسرّة فقد جاءت في المرتبة العاشرة. وتأتي الدول ذات الدخل المنخفض مثل السودان واليمن في مؤخرة القائمة، كذلك الدول التي لا تملك جوانب سياحية معتداً بها. وهناك دول تأخر اهتمامها بالسياحة فتأخر ترتيبها مثل سوريا وعمان. وقد تكون الاضطرابات السياسية في كل من العراق والجزائر سبباً في انخفاض أهميتها السياحية.

وإذا استخدمنا متغيراً آخر هو نسبة الإشغال (Occupancy Rate)، فيلاحظ أن أعلى المعدلات قد سجلت في قطر (78%)، والإمارات (65%)، ومصر (62%)، واليمن (60%)، وتونس (53%)، وعمان (52%) (الجدول 2). وهذا يشير إلى حاجة هذه الدول إلى مزيد من الفنادق لمواكبة تطور قطاعها السياحي. ويشير انخفاض نسبة الإشغال الفندقي في بقية الدول العربية إلى الموسمية السياحية الحادة أكثر من إشارته إلى ضعف الجوانب السياحية.

وقد ساعد تنوع المقومات السياحية وتباين جاذبيتها وتطور المؤسسات والمرافق والخدمات السياحية ونمو الحركة السياحية، على تشكيل أسواق سياحية ذات خصائص ومميزات نسبية مختلفة. فتتميز أسواق دول المغرب العربي السياحية بامتلاكها معظم موارد الجذب السياحية الطبيعية والبشرية، ومن ثم قدرتها على تلبية معظم متطلبات السياح حسب رغباتهم وأذواقهم وإمكاناتهم الاقتصادية على مدار العام. ومشكلتها الأساسية هامشية موقعها بالنسبة لأسواق الطلب السياحي في الوطن العربي.

جدول 2: الأهمية النسبية للسياحة في الوطن العربي بمقياس ديفرت (Defert)، 1997

الدولة	السكان (ألف نسمة)	عدد الأسرّة الفندقية[1]	قيمة مقياس ديفرت	الترتيب تنازلياً	نسبة الإشغال[1]
مصر	59,449	150,986	0,253	10	62
تونس	9,215	178,176	1,933	1	53
السعودية[2]	20,001	62,300	0,311	8	غ م
المغرب	28,219	122,941	0,435	7	48
البحرين	620	6,511	1,005	2	غ م
الإمارات[3]	2,624	25,228	0,961	3	65
الأردن	4,600	23,777	0,516	5	44
سوريا	15,100	31,412	0,208	13	32
الجزائر	28,494	65,704	0,230	12	40
لبنان	3,290	14,858	0,451	6	32
قطر	522	2,710	0,519	4	78
عمان	2,255	4,460	0,197	14	52
العراق	21,305	53,987	0,253	11	غ م
ليبيا[4]	5,044	15,540	0,308	9	57
الكويت	2,209	2,377	0,107	15	غ م
اليمن	16,484	16,700	0,101	16	60
السودان	28,701	8,692	0,030	17	غ م

المصدر:

1 – WTO (2000). Compendium of tourism statistics 1994-1998, 20th ed.

2 – وزارة التجارة، 1998.

3 – الأرقام خاصة بإمارة دبي فقط.

4 – الأرقام تخص عام 1994.

غ. م: معلومات غير متوافرة.

أما سوق مصر السياحي فيتميز بموقعه الجغرافي المتوسط والقريب من أسواق السفر العربية وغيرها مما يجعله في وضع أفضل من حيث كلفة السفر. هذا بالإضافة إلى غناه بالموارد السياحية، وبخاصة الأثرية والتاريخية، وملاءمة مناخه للسياحة الصيفية والشتوية.

ويتوافر لسوق بلاد الشام السياحي أفضل الظروف الطبيعية والبشرية لازدهار السياحة الصيفية. ويتميز سوق لبنان السياحي بصفة خاصة بأنه الأقدم في الوطن العربي والأكثر تطوراً حتى بداية الحرب الأهلية في عام 1975، والذي بدأ يستعيد نشاطه بقوة منذ السنوات القليلة الماضية. ومن أهم مزاياه النسبية قربه وسهولة الوصول إليه من قبل السياح القادمين من دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية مما ساعده على جذب نسبة كبيرة من السياحة العائلية في هذه الدول.

أما أسواق السفر والسياحة في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية والتي تعد من أهم الأسواق المصدرة للسياح في الوطن العربي، فقد بدأت أخيراً بتطوير أنماط سياحية تعتمد على الاستثمار الكثيف لرأس المال في بعض المرافق والخدمات السياحية مثل الفنادق والقرى السياحية والمراكز التجارية والمدن الترفيهية الكبيرة. هذا بالإضافة إلى تخصص السعودية في السياحة الدينية والتي لا يمكن منافستها في هذا النمط من السياحة.

أهمية السياحة العربية ومركزها العالمي

يشكل تطور القطاع السياحي بوصفه صناعة اقتصادية إحدى الظواهر المهمة لاقتصادات القرن العشرين المنصرم، حيث أصبحت صناعة حديثة لها مقوماتها وأهميتها كأي صناعة أخرى، فتشير إحصاءات منظمة السياحة الدولية (WTO) إلى أن عدد السياح الدوليين قد ارتفع من 25,3 مليون سائح في عام 1950 إلى 563,6 مليون سائح عام 1995، أي تضاعف أكثر من 21 ضعفاً، كما ارتفع الدخل من السياحة الدولية من 2,1 بليون دولار في عام 1950 إلى نحو 399 بليون دولار في عام 1995، أي تضاعف أكثر من 188 مرة خلال الـ 45 سنة الماضية (WTO, 1997b: 18).

وتتوقع منظمة السياحة الدولية أن يستمر النشاط السياحي في النمو بمعدلات كبيرة في القرن الحادي والعشرين، حيث تشير تقديرات المنظمة إلى أن عدد السياح الدوليين سيصل إلى أكثر من مليار سائح في عام 2010، ويبلغ مجموع إنفاقهم زهاء 1,5 ترليون دولار (WTO, 1997a: 25).

ولقد أصبحت السياحة صناعة مهمة تتداخل مع جميع القطاعات الاقتصادية والاجتماعية وتعمل معها كمحرك للتنمية الشاملة في معظم بلاد العالم، بالإضافة إلى أهميتها الاقتصادية على المستوى الإقليمي والعالمي، حيث إنها تساعد على زيادة الحركة والتفاعل بين شعوب العالم والاستثمارات، وتبادل العملات والمعلومات والتقانات على المستويات الدولية كافة.

وتؤدي السياحة دوراً مهماً في عمليات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في دول الوطن العربي، الذي شهد خلال السنوات الماضية تطوراً ملحوظاً في حجم السياحة الدولية وحجم الدخل السياحي. ويوضح الجدول (3) تطور حجم السياحة الدولية في الدول العربية خلال الفترة من 1992–1997، حيث يلاحظ أن عدد السياح الدوليين الذين زاروا البلاد العربية عام 1992 بلغ نحو 20 مليون سائح، أي قرابة 4% من مجموع حركة السياحة الدولية في العالم. وقد زاد العدد بنسب بسيطة خلال الفترة من 1992–1997 (ما عدا سنة 1995) حتى وصل إلى ما يقرب من 23 مليون سائح دولي في عام 1997، أي بنسبة زيادة تصل إلى 12,5% عن عام 1992.

وتبين بيانات الجدول (3) وجود تباين في عدد السياح المقبلين إلى الدول العربية من سنة إلى أخرى، ففي عام 1992 استقبل المغرب ما نسبته 22% من إجمالي السياح، وجاءت تونس في المرتبة الثانية (17,5%)، ثم مصر (14,7%)، وجاءت السعودية في المرتبة الرابعة بنحو 13% من السياح الدوليين.

وقد زار هذه الدول الأربع قرابة 13,5 مليون سائح، أي أكثر من 67% من إجمالي زوار الوطن العربي عام 1992.

وفي عام 1997 ارتفع نصيب كل من تونس إلى (18,7%) ومصر إلى (16%) والسعودية إلى (15,7%)، في حين انخفض نصيب المغرب إلى (13,6%) متراجعة إلى المرتبة الرابعة. ويلاحظ أن حركة السياحة قد زادت بنسب جيدة في كل من البحرين والإمارات والأردن ولبنان.

والحقيقة أن إمكانات الوطن العربي السياحية تستطيع استيعاب المزيد من السياح إذا أحسن التخطيط للقطاع السياحي وطورت البنيات السياحية التحتية والفوقية. وكل المؤشرات تشير إلى أن دول الشرق الأوسط مقبلة على طفرة سياحية خلال السنوات المقبلة، حيث تشير توقعات منظمة السياحة الدولية إلى نمو حركة السياحة في المنطقة بنسبة تصل إلى 5% سنوياً خلال الفترة من 2000–2010 (WTO, 1995a: 37).

جدول (3): تطور حجم السياحة الدولية في البلاد العربية (بالآلاف) 1992–1997

الدولة	1992		1995		1997	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مصر	944،2	14,7	2,872	13,8	3,657	16,0
تونس	3,540	17,5	4,120	19,8	4,263	18,7
السعودية	2,582	12,9	3,325	16,0	3,594	15,7
المغرب	4,390	22,0	2,602	12,5	3,115	13,6
البحرين	1,419	7,1	2,043	9,8	1,848	8,1
الإمارات*	944	4,7	1,601	7,7	1,792	7,8
الأردن	661	3,3	1,074	5,2	1,127	4,9
سوريا	684	3,4	815	3,9	842	3,7
الجزائر	1,120	5,6	520	2,5	635	2,8
لبنان	178	0,9	410	2,0	554	2,4
قطر	141	0,7	294	1,4	425	1,9
عمان	192	1,0	279	1,3	361	1,6
العراق	504	2,5	340	1,6	346	1,5
ليبيا	89	0,4	56	0,3	94	0,4
اليمن	72	0,4	61	0,3	84	0,4
السودان	48	0,2	63	0,3	64	0,3
الكويت	472	2,3	295	1,4	35	0,1
الإجمالي	19,980	–	20,770	–	22,836	–
حجم السياحة الدولية	503,148		564,025		612,835	
السياحة العربية من السياحة الدولية %	3,97		3,68		3,73	

المصدر:

WTO, (1988a). Tourism market trneds: Middle East: 18-26, 40-67.

* المعلومات تخص إمارة دبي فقط.

– النسب من عمل الباحث.

الدخل السياحي للدول العربية

أصبحت السياحة في معظم الدول العربية تشكل قطاعاً مهماً وأساسياً من قطاعات الاقتصاد الوطني. وبدأت تسهم بدور فاعل في توفير فرص العمل وسد العجز في الميزان التجاري، وأصبحت مصدراً مهماً لمعيشة كثير من السكان.

ويبين الجدول (4) تطور الدخل السياحي في الدول العربية خلال الفترة من 1992-1997، حيث وصل الدخل السياحي من السياحة الدولية إلى أكثر من 7,3 بلايين دولار في عام 1992، ثم ارتفع إلى أكثر من 11 بليون دولار عام 1997، أي بنسبة زيادة تصل إلى أكثر من 35%.

ويلاحظ من التوزيع النسبي لحجم الدخل السياحي أن مصر تأتي في المرتبة الأولى بنسبة تصل إلى نحو 29,5% من إجمالي الدخل السياحي في الوطن العربي في عام 1992، وتأتي المغرب في المرتبة الثانية (18,5%)، ثم تونس (14,6%)، وتحتل السعودية المرتبة الرابعة بنسبة (13,6%). وفي عام 1997 حافظت مصر على مكانتها الأولى من حيث حجم الدخل السياحي بنسبة تصل إلى (34%). وقد تراجعت الإيرادات السياحية لتونس (13,6%)، والسعودية (12,5%)، والمغرب (12,5%)، في حين زادت نسبة إيرادات سوريا (11%)، والأردن (6,7%). وعلى الرغم من زيادة إيرادات الدول العربية من القطاع السياحي، فإن نسبتها لا تزيد على 2,5% من حجم الدخل العالمي من السياحة الدولية.

أما إسهام السياحة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي في دول العالم العربي، فقد بلغ نحو 11% في الأردن عام 1995، وهي أعلى نسبة بين الدول العربية . وتأتي سوريا في المرتبة الثانية بنسبة 8,4%، ثم تونس بنسبة 8,1%، ولبنان بنسبة 6,7%، والبحرين بنسبة 6,4%، ومصر بنسبة 6,2% (جدول 5).

والجدول (5) يوضح أيضاً نسبة الدخل السياحي من قيمة الصادرات والواردات، حيث يلاحظ أن الإيرادات السياحية تعادل ما يقرب من 97% من صادرات لبنان في عام 1995، ونحو 81% من صادرات مصر، وفي كل من الأردن وسوريا يعادل الدخل السياحي نحو ثلث قيمة صادراتها، وفي تونس والمغرب قرابة الربع. ويغطي الدخل السياحي نحو 29% من قيمة واردات سوريا لعام 1995، وزهاء 24% في مصر، و19% في الأردن، و14% في المغرب، و13% في لبنان، و8% في البحرين. ومن ثم فإن الدخل السياحي عامل أساسي لسد العجز في الميزان التجاري، ولتطور الحياة الاقتصادية والاجتماعية في معظم دول الوطن العربي.

جدول (4): تطور حجم الدخل من السياحة الدولية في البلاد العربية 1992–1997م (مليون دولار)

الدولة	1992		1995		1997	
	الدخل	%	الدخل	%	الدخل	%
مصر	2,165	29,5	2,684	27,6	3,847	33,9
تونس	1,074	14,6	1,402	14,4	1,540	13,6
السعودية	1,000	13,6	1,210	12,4	1,420	12,5
المغرب	1,360	18,5	1,163	12,0	1,200	10,5
البحرين	177	2,4	248	2,5	260	2,3
الأردن	462	6,3	660	6,7	760	6,7
سوريا	600	8,2	1,338	13,8	1,250	11,0
الجزائر	75	1,0	27	0,3	20	0,1
لبنان	غ.م	–	710	7,3	719	6,3
عُمان	85	1,1	92	0,9	1,1	0,9
العراق	20	0,2	13	0,1	13	0,1
ليبيا	6	0,1	6	0,1	6	0,1
اليمن	47	0,6	33	0,3	69	0,6
السودان	5	0,1	8	0,1	8	0,1
الكويت	273	3,7	121	1,2	140	1,2
الإجمالي	7,349	100	9,715	100	11,353	100
حجم الدخل العالمي من السياحة الدولية	310,785		398,898		443,770	
دخل السياحة العربية من المجموع الدولي%	2,36		2,43		2,56	

المصدر:

WTO, (1998a). Tourism market trends: Middle East: 18-26, 40-67.

– النسب من عمل الباحث.

– غ. م معلومات غير متوافرة.

جدول (5): نسبة إسهام الدخل السياحي في الناتج المحلي الإجمالي ومن قيمة الصادرات والواردات في بعض دول الوطن العربي لعام 1995

الدولة	% من الناتج المحلي الإجمالي	% من قيمة الصادرات	% من قيمة الواردات
مصر	6,15	81,16	23,81
تونس	8,09	24,20	16,76
السعودية[1]	0,87	2,63	4,80
المغرب	3,93	24,93	13,62
البحرين	6,36	7,12	7,94
الأردن	10,95	39,34	18,82
سوريا	8,40	33,37	28,70
الجزائر[1]	0,06	غ-م	غ-م
لبنان	6,65	97,00	13,32
عُمان	0,87	1,61	2,05
ليبيا[1]	0,02	0,08	0,08
اليمن	0,93	غ-م	غ-م
الكويت	0,37	0,82	1,37

المصدر: حسبت من قبل الباحث اعتماداً على معلومات من:

WTO, (1997b). Compendium of tourism statistics, 1991-1995, 17^{th} ed.

(1) المعلومات تخص عام 1993.

- غ. م معلومات غير متوافرة.

وتأتي السياحة في طليعة قطاع الخدمات، حيث ارتفع إسهامها في هذا القطاع من 46,2% عام 1985 إلى 55,4% عام 1995 في دول المغرب العربي الثلاث: الجزائر والمغرب وتونس، وفي باقي الدول العربية من 21,9% إلى 33,4%. وهذه النسبة أعلى من المعدل العالمي الذي وصل إلى نحو 32% عام 1995 (WTO, 1998b:122). وتصل نسبة إسهام السياحة في تكوين الناتج المحلي الإجمالي في الوطن العربي أعلى من المعدل العالمي أيضاً، حيث يصل إسهامها إلى نحو 2,6% في دول المغرب العربي، وقرابة 2,3% في باقي الدول العربية، في حين أنها لا تزيد على 1,4% على المستوى الدولي عام 1995 (WTO, 1998b: 68).

الدول العربية المستقبلة للسياح

وهي الدول المتقدمة نسبياً في التنظيم والتطوير السياحي والتي تركز على السياحة الدولية بوصفها مصدراً للدخل الوطني وتحسين ميزان المدفوعات التجاري. ومن أهم هذه الدول: مصر، ودول المغرب العربي الثلاث تونس والمغرب والجزائر (قبل مشكلاتها السياسية الحالية)، بالإضافة إلى دول الشام سوريا ولبنان والأردن. وقد استقبلت هذه الدول أكثر من 14,190 مليون سائح في عام 1997، أي 62,2% من مجموع حركة السياحة الدولية في الوطن العربي. وبلغ مجموع دخلها نحو 9,336 مليون دولار، وهذا يعادل 82,2% من مجموع دخل الوطن العربي من قطاع السياحة في عام 1997م. وفي قائمة منظمة السياحة الدولية (WTO) للأربعين دولة الأولى في الجذب السياحي عام 1997، أتت ثلاث من هذه الدول في القائمة هي: تونس في المرتبة 31، ومصر في المرتبة 35، والمغرب في المرتبة 38. أما بالنسبة لقائمة الأربعين دولة الأولى في العائدات السياحية عام 1997، فلم تأت إلا دولة عربية واحدة هي مصر والتي احتلت المرتبة 27 بمجموع دخل 3,847 مليون دولار (WTO, 1998a: 77-78).

يلاحظ أن كل هذه الدول تطل على شواطئ البحر المتوسط (ما عدا الأردن)، وهو البحر السياحي العالمي الأول في جانبيه الأوروبي والعربي، حيث يوفر سياحة الشواطئ والرمال والشمس المشرقة للسوق السياحي الأوروبي الكبير والقريب. كما أن هذه الدول كانت منشأ لحضارات إنسانية قديمة وصراع حضاري طويل بين الحضارات المحلية والخارجية مما جعلها ثرية بالآثار والشواهد الحضارية المتنوعة التي تعد من أهم الجوانب للسائح الأوروبي والغربي عامة (سلطان الثقفي، 1997: 58).

ركزت برامج التطور السياحي ومشروعاته في هذه الدول على جذب السياحة الغربية، وبخاصة الأوروبية نسبة للسبق الذي حققته الدول الغربية عامة في صياغة المفاهيم وتطورها لممارسة السياحة وارتفاع مستوى معيشة سكانها مما ينعكس إيجاباً (كما يعتقد بعض الباحثين) على حجم إنفاق السياح المقبلين منها. فالجدول (6) يبين أن 67% من مجموع السياح المقبلين إلى مصر عام 1995 هم من الأوروبيين والأمريكيين. أما تونس فقد زارها أكثر من 2,3 مليون سائح أوروبي سنة 1995، أي قرابة 58% من مجموع السياح المقبلين إليها. أما المغرب فقد بلغت نسبة السياح المقبلين إليها من الدول الأوروبية والأمريكية نحو 90% من مجموع حركتها السياحية عام 1995.

جدول 6: تصنيف زوار الدول العربية وفق مناطق القدوم، 1995 (بالآلاف)

المصدر / الدولة	الشرق الأوسط		أفريقيا		أمريكا		أوروبا		آسيا الشرقية والباسفيك		آسيا الجنوبية		المجموع
	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد
مصر	742	23,6	130	4,1	229	7,3	1,811	57,5	195	6,2	42	1,3	3,149
تونس	661	16,2	1,034	25,4	25	0,6	2,357	57,8	غ.م	–	غ.م	–	4,077
السعودية	–	–	585	17,5	29	0,9	79	2,4	2,658(3)	79,3	–	–	3,351
المغرب	61	4,1	67	4,5	114	7,7	1,219	82,1	23	1,5	غ.م	–	1,484
البحرين[1]	2,001	77,5	9	0,3	72	2,8	156	6,0	87	3,4	257	10,0	2,582
الإمارات[2]	533	33,3	56	3,5	67	4,2	568	35,5	164	10,2	213	13,3	1,601
الأردن	2,583	78,9	41	1,3	103	3,1	459	14,0	59	1,8	28	0,9	3,273
سوريا	1,564	71,1	53	2,4	19	0,9	339	15,4	12	0,5	213	9,7	2,200
الجزائر	13	13,3	43	43,9	2	2,0	38	38,8	2	2,0	غ.م	–	98
لبنان	144	35,1	13	3,2	51	12,4	152	37,1	29	7,1	21	5,1	410
عُمان	40	18,4	15	6,9	18	8,3	99	45,6	45	20,7	غ.م	–	217
ليبيا	810	44,3	968	53,0	2	0,1	37	2,0	11	0,6	غ.م	–	1,828
اليمن	10	16,4	2	3,3	3	4,9	41	67,2	5	8,2	غ.م	–	61
الكويت[1]	1,146	72,0	2	0,1	1	0,1	40	2,5	43	25,3	غ.م	–	1,592

(1) البيانات تخص عام 1994.

(2) البيانات تخص إمارة دبي فقط.

(3) كل قارة آسيا.

غ. م: معلومات غير متوافرة.

المصدر: WTO, (1997b). Compendium of tourism statistics, 1991-1995, 17ed.

ويتمثل جزء كبير من السياحة الغربية في سياحة جماعية (Group Tourism) ترويحية ومعرفية، تجذبها الشواطئ والآثار والمتاحف والفلكلور والمهرجانات الثقافية والفنية وأنماط العمران. مثلاً بعض السياح الغربيين ما زالوا يزورون اليمن وتجذبهم آثاره المتنوعة وتراثه الثقافي ونمط عمرانه التقليدي المتميز برغم مشكلات اختطاف السياح الأجانب التي ظهرت في اليمن في السنوات الأخيرة. ومع ذلك يمكن (بل يحدث كثيراً) أن تكون لهذه السياحة الغربية كثيراً من السلبيات الاجتماعية نتيجة لاختلاف ثقافات السياح وعاداتهم مع ثقافات المجتمع العربي المضيف وعاداته. كما أن الدول المضيفة قد تكون عرضة لضغوط سياسية واقتصادية عن طريق حظر (التحذير من) سفر السياح الغربيين إليها. فالسياحة أصبحت إحدى وسائل تحقيق الأهداف الاستراتيجية والجيوبوليتيكية للدول (عبدالمنعم إبراهيم، 2000). فمثلاً الولايات المتحدة الأمريكية فرضت حظراً على سفر رعاياها إلى لبنان لسنوات. كما كان لتحذير الولايات المتحدة الأمريكية لرعاياها من السفر إلى دول الشرق الأوسط بعد تفجير سفارتيها في تنزانيا وكينيا في عام 1998 أثر سلبي في حجم السياحة الصيفية بمصر في ذلك العام كما ذكر وزير السياحة المصري (الشرق الأوسط: العدد 7281 في 1998/11/4).

الدول العربية المصدرة للسياح

كثير من الدول العربية دول مصدرة للسياح، حيث تعد دول ما يسمى بـ «دول الصحراء والحر والبترول»، وخصوصاً دول مجلس التعاون الخليجي من أكثر الدول العربية تصديراً للسياح.

ويلاحظ هنا أن دولة الإمارات العربية المتحدة (إمارة دبي تحديداً) والبحرين وسلطنة عمان بدأت تستقبل تدفقاً سياحياً عربياً وغير عربي، كما طورت المملكة العربية السعودية حركة سياحية كبيرة (غير زيارات الحج والعمرة) داخلية ومن دول مجلس التعاون الخليجي مستفيدة من مساحتها الشاسعة وتنوع مواردها ومقوماتها السياحية، فعلى سبيل المثال استقبل إقليم عسير الواقع جنوب غرب المملكة العربية السعودية في صيف عام 1999م (1420هـ) نحو 1,4 مليون سائح، منهم زهاء 130 ألف سائح من دول مجلس التعاون الخليجي (محمد القحطاني وعبدالمنعم إبراهيم، 1999). وقد صدر أخيراً قرار مجلس الوزراء السعودي (17 إبريل 2000) بتأسيس الهيئة العليا للسياحة بغرض تنمية القطاع السياحي وتطويره في البلاد باعتباره رافداً مهماً من روافد الاقتصاد الوطني، حيث يقدر إجمالي الإنفاق

السياحي الخارجي للمواطنين السعوديين بنحو 30,8 مليار ريال سعودي في عام (نحو 8,2 مليارات دولار أمريكي) 1997م، أي ما يساوي نحو 17% من مجموع الإيرادات النفطية المتوقعة في عام 1998 (الشرق الأوسط: العدد 7239، 23/9/1998).

ولكن ما زالت الدول الخليجية عامة تعد مصدرة رئيسة للسياح الأكثر إنفاقاً. حيث يقدر بعض الدراسات أن السياح الخليجيين (بمن فيهم السعوديون) ينفقون قرابة عشرة مليارات دولار على السياحة خارج بلادهم (محمد القحطاني وآخرون، 1997). فقد بلغ عدد السياح السعوديين الذين زاروا أربع دول عربية فقط في عام 1997 نحو مليون سائح هي: مصر (208 آلاف سائح)، وسوريا (203 آلاف سائح)، والأردن (487 ألف سائح)، ولبنان (60 ألف سائح). وقد استقبلت سوريا عام 1999 قرابة 230 ألف سائح سعودي، بلغ مجموع إنفاقهم نحو 345 مليون دولار، أي بمعدل إنفاق يبلغ قرابة 1500 دولار للسائح والذي يعد من أعلى معدلات الإنفاق السياحي في العالم (الشرق الأوسط: العدد 7880، 25/6/2000).

وقد وصل العجز في الميزان السياحي الكويتي، أي الفرق بين ما أنفقه السياح الكويتيون خارج بلادهم (Outbound Tourism) وما أنفقه السياح الدوليون المقبلون إلى الكويت (Inbound Tourism) نحو 2,2 بليون دولار أمريكي في عام 1995 (WTO, 1998b: 52).

السياحة البينية في الوطن العربي

اكتسبت السياحة في الوطن العربي أهمية متعاظمة في الآونة الأخيرة بعد تطور الوعي السياحي العربي وتحسن مستوى المعيشة نسبياً في كثير من الدول العربية، هذا بالإضافة إلى الاهتمام الرسمي بقطاع السياحة من قبل الحكومات العربية لتأكدها من الدور الاستراتيجي المهم الذي تؤديه في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية. فقد أكد المجلس الوزاري العربي للسياحة في دورته الرابعة والتي عقدت في الأردن خلال شهر يونيو من عام 2001 على أهمية تحرير تجارة الخدمات السياحية بين الدول العربية والاستثمار السياحي العربي، وتفعيل التنسيق والتعاون العربي المشترك لتحقيق الاستفادة القصوى من الإمكانات السياحية العربية الكبيرة من أجل زيادة حجم السياحة العربية البينية والوصول إلى التكامل السياحي العربي المنشود (سياحة، 2001: 24-27).

ساعدت ظروف عدم الاستقرار السياسي وتخلف البنيات الأساسية في كثير من بلدان المقاصد السياحية في الدول النامية وتنامي روح التطرف العنصري في بعض المقاصد الأوروبية والأمريكية، إضافة إلى مشكلات اختلاف اللغات والعادات والتقاليد وارتفاع كلفة السفر إلى تلك الدول، وتطور الجوانب السياحية والبنيات الأساسية في الدول العربية، على تنامي تفضيل المقاصد السياحية العربية على الأجنبية، حيث وحدة الثقافة واللغة والعادات والتقاليد في البيت العربي الكبير. ونتوقع أن يزيد اهتمام السياح العرب بالجوانب السياحية العربية بعد أحداث الهجوم على الولايات المتحدة الأمريكية في 11 سبتمبر 2001 وما تبع ذلك من أحداث.

والسياحة العربية عامة وعلى عكس السياحة الأوروبية سياحة فردية أو أسرية وليست سياحة المجموعات السياحية الكبيرة. والسياح العرب بصورة عامة يستهدفون الراحة والاستجمام والتسوق والعلاج والترفيه وعقد الاتفاقات والصفقات التجارية.

وعلى الرغم من النقص الشديد في معلومات السياحة البينية العربية، فإننا نستطيع القول إن السياحة الإقليمية العربية تشكل نسبة مهمة من إجمالي الحركة السياحية في كثير من البلاد العربية. فقد قدر حجم السياحة الإقليمية العربية بنحو 40-70% تقريباً من إجمالي الحركة السياحية في دول المشرق العربي، وبأقل من 10% في دول المغرب العربي (حسن صالح، 1993: 115). أما أمانة الجامعة العربية فتقدر حجم التبادل السياحي العربي بنحو 45%، وحجم التجارة العربية البينية في قطاع الخدمات بنحو 25% (سياحة، 2001: 24).

ويبين الجدول (7) حركة السياحة العربية في ثلاثة من أهم المقاصد السياحية في الوطن العربي، حيث يتضح أن مصر استقبلت عام 1992 أكثر من مليون سائح عربي، أو زهاء 32,5% من إجمالي حركتها السياحية في ذلك العام. وعلى الرغم من أن ترتيب الدول العربية يأتي في المركز الثاني بين السياح المقبلين إلى مصر، فإن السياح العرب يعتلون مركز الصدارة من حيث معدل وقت البقاء والإنفاق (الشرق الأوسط: العدد 7944، 28/8/2000). فعلى سبيل المثال بلغ عدد الليالي السياحية التي قضاها السياح السعوديون في مصر عام 1997 نحو 1,774,969 ليلة سياحية، أي بمعدل 8,5 ليال سياحية لكل سائح، كما أمضى السياح الكويتيون نحو 638,760 ليلة سياحية، أي بمعدل 9,5 ليال سياحية لكل سائح، في حين أن المعدل العام يبلغ 6,7 ليال سياحية لكل سائح زار مصر عام 1997م (WTO, 1998a: 43-44).

جدول (7)

عدد السائحين (بالألف) الوافدين إلى مصر وسوريا والأردن عام 1992

الدولة المصدر	مصر		سوريا		الأردن	
	العدد	%	العدد	%	العدد	%
مصر	–		20,329	1,7	930,468	33,5
تونس	20,630	2,0	8,701	0,7	10,792	0,4
السعودية	234,906	22,6	111,206	9,2	413,347	14,9
المغرب	8,041	0,8	3,318	0,3	6,321	0,2
البحرين	15,160	1,5	19,585	1,6	35,700	1,3
الإمارات	21,164	2,0	–	–	8,151	0,3
الأردن	49,814	4,8	445,607	36,8	–	–
سوريا	102,729	9,9	–	–	648,092	23,3
الجزائر	27,936	2,7	14,644	1,2	17,225	0,6
لبنان	19,585	1,9	531,612	43,9	63,217	2,3
قطر	13,567	1,3	5,390	0,4	3,418	0,1
عُمان	5,567	0,5	–	–	5,759	0,2
العراق	2,285	0,2	5,092	0,4	570,017	20,5
ليبيا	273,411	26,3	5,754	0,5	–	–
اليمن	29,122	2,8	12,921	1,1	39,360	1,4
السودان	117,307	11,3	5,412	0,4	–	–
الكويت	95,819	9,2	21,457	1,8	24,254	0,9
جيبوتي	649	0,06	–	–	–	–
موريتانيا	528	0,05	–	–	–	–
الصومال	2,895	0,3	–	–	–	–
إجمالي البلاد العربية	1,41,105	32,5	1,211,028	69,6	2,776,151	85,6

المصدر:

WTO, (1995b). Yearbook of tourism satatistics, Vol. 2, 47th ed: 190-249.

أما بالنسبة لسوريا فقد استقبلت نحو 1,2 مليون سائح عربي عام 1992، أي نحو 70% من إجمالي التدفق عليها، ويشكل اللبنانيون والأردنيون معظم المقبلين من السياح العرب إلى سوريا (81%).

أما الأردن فقد استقبل نحو 2,8 مليون زائر عربي عام 1992، أي قرابة 86% من إجمالي المقبلين إليه، وقد شكل المصريون (930,468 زائراً) أعلى نسبة من الزوار العرب المقبلين إلى الأردن، أي نحو (33,5%)، وجاء السوريون في المرتبة الثانية (648,092 زائراً)، والعراقيون في المرتبة الثالثة (570,017 زائراً). وتشكل الجنسيات الثلاث معاً (77,4%) من إجمالي السياحة العربية في الأردن.

ويلاحظ من حركة السياحة البينية العربية أنها تأخذ طابعاً إقليمياً واضحاً، حيث إن الدول المتجاورة تتبادل السياحة فيما بينها بصورة أكثر وضوحاً من التبادل السياحي بين الدول العربية المتباعدة، وكثير من هؤلاء الزوار يصنفون مسافرين عابرين (Transit) حتى لو تجاوزت مدة سفرهم 24 ساعة. ومن ثم فإن كثيراً من فوائد السياحة الاقتصادية والاجتماعية ربما لا تتحقق بالشكل المطلوب، إلا إذا استطاعت هذه المقاصد الاحتفاظ بالمسافرين لأطول فترة ممكنة من وقتهم المخصص للسفر، ولن يتم هذا إلا بتحقيق كل دوافع سفرهم أو معظمها.

إن تنمية السياحة البينية وتطويرها في الوطن العربي ستساعد على تحقيق كثير من الإيجابيات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها. وفيما يلي بعض أهم هذه الفوائد:

أ – يمكن اعتبار السياحة العربية سياحة داخلية، أي داخل الوطن العربي الكبير. لذلك فإن أي مبالغ يصرفها السياح العرب في هذا الإطار لا ينبغي اعتبارها هدراً للثروة الوطنية، إذ إنها تحقق زيادة في الدخل الوطني لدول عربية شقيقة بطريقة مباشرة وغير مباشرة عن طريق الأثر المضاعف للسياحة (Tourism Multiplier). وما يرتبط بالدخل من تنمية اقتصادية واجتماعية وتحسين ميزان المدفوعات لكثير من الدول العربية التي تعاني من عجز ميزان مدفوعاتها المزمن. وهذا في حد ذاته شكل مهم من أشكال التكامل العربي الاقتصادي، والذي يعد أحد أهم الأهداف الاستراتيجية العربية.

ب – تعد السياحة من أهم المصادر الحيوية للتوظيف، وذلك لكونها نشاطاً

خدمياً يحتاج إلى أيد عاملة كبيرة من مختلف المهارات والخبرات والتخصصات أكثر من أي قطاع اقتصادي آخر (Cooper *et al*, 1993: 91). يوفر قطاع السياحة بشكل مباشر (5,1%) وغير مباشر (5,5%)، أي نحو 10,6% من إجمالي فرص العمل في العالم، أي ما يقرب من 212 مليون وظيفة في عام 1993، وهي بهذا تعد أكبر القطاعات الاقتصادية توظيفاً، حيث توفر وظيفة من كل تسع وظائف، كما أنها وفرت أكثر من 10,3% من إجمالي أجور العاملين في العالم، أي زهاء 1,7 تريليون دولار في عام 1995 (WTO, 1997a: 213).

والحقيقة أن الوطن العربي أحوج من غيره من بلاد العالم إلى توفير فرص عمل كافية لاستيعاب العدد الكبير من الشباب الذين يدخلون سوق العمل سنوياً والذين يقدر عددهم بنحو 2,5 مليون فرد (سيد الخولي، 2000).

وقد أصبحت البطالة ظاهرة منتشرة على نطاق واسع في كثير من الدول العربية، حيث يقدر حجم البطالة في الدول العربية بنحو 12,5 مليون عاطل في عام 1998 (سيد الخولي، 2000). ولا تتوافر معلومات كافية عن حجم العمالة في القطاع السياحي بالوطن العربي، ولكن يمكن الاستدلال من حجم العمالة في القطاع الفندقي في دول الشرق الأوسط العربية والتي يبلغ عددها أربع عشرة دولة باستثناء دول شمال غرب أفريقيا العربية (الجزائر والمغرب وتونس)، حيث بلغ إجمالي عدد العاملين في قطاعها الفندقي نحو 455 ألف عامل في عام 1995، أي أن كل غرفة توفر 2,5 وظيفة، في حين أن المعدل العالمي يبلغ 0,9 وظيفة (WTO, 1998b: 92). ولهذا يمكن للقطاع السياحي والذي ينمو سريعاً أن يوفر فرص عمل بشكل كبير في دول الوطن العربي (وخصوصاً بالنسبة للعمالة غير الماهرة)، بالإضافة إلى زيادة الدخل الفردي وتطور الخدمات والمرافق.

جـ – السياحة العربية تقلل من مخاطر تقلبات السياحة الدولية الأجنبية، وبخاصة تلك المتعلقة بقرارات سياسية تستهدف الضغط الاقتصادي على الدول السياحية العربية عن طريق منع زيارة رعايا الدول الأجنبية للأقطار السياحية العربية أو التحذير منها. هذا بالإضافة إلى أن الدخل من السياحة الأجنبية (السياحة الغربية) ليس بالشكل المأمول، وذلك لأن المستفيدين الحقيقيين هم القائمون على النشاط السياحي في البلاد الغربية المصدرة للسياح، فإن كثيراً من الوكالات السياحية وشركات الطيران الغربية وغيرها، والتي تحصل على النصيب الأكبر من كلفة هذه

الرحلات، كما أنها تحصل على تخفيضات كبيرة من أصحاب الخدمات والمرافق في المقاصد السياحية العربية (فاروق لقمان، 1999). ولهذا فإن ما يتم الاستفادة منه هو في الحقيقة مبلغ زهيد لا يقارن بمعدل إنفاق السائح العربي.

ومن المعروف عن السياحة غير العربية (وبخاصة الغربية) أنها سياحة غير مرنة فيما يتعلق بموسميتها، مما يجعل العائد منها أيضاً موسمياً (مشكلة الموسمية السياحية)، في حين أن السياحة العربية البينية يمكن بقليل من التنسيق والتعاون العربي المشترك جعلها أكثر مرونة بل مستمرة طول العام، باعتبارها حركة داخل الوطن العربي الكبير.

د - السياحة البينية العربية تشجع على قيام الاستثمارات العربية المشتركة (وبخاصة المشروعات الكبرى) مما يقلل أيضاً من مخاطر الاستثمارات الأجنبية المماثلة والمعروف عنها أنها تسيطر إلى حد كبير على النشاط السياحي في كثير من دول العالم النامي. فالحقيقة أن مجالات الاستثمار السياحي في الوطن العربي متعددة في النوع والحجم والكلفة والعائد، بما يناسب مختلف أحجام رأس المال وطموحات المستثمرين، حيث ما زال يُعد قطاعاً بكراً في كثير من الدول العربية يسمح باستيعاب عدد كبير من المستثمرين والمشروعات الاستثمارية.

ويمكن عن طريق الاستثمار السياحي جذب جزء مهم من الأموال العربية المهاجرة والتي تقدر بنحو 800 مليار دولار، وزيادة حجم الاستثمارات البينية بين الدول العربية والتي ما زالت دون مستوى الطموحات، حيث بلغت قيمتها بين عامي 1985 و1999 نحو 13 مليار دولار فقط، أي أقل من مليار دولار سنوياً، وقد كشف التقرير الاقتصادي الصادر عن جامعة الدول العربية عن تصدر قطاع السياحة قائمة القطاعات الاستثمارية المختلفة في العالم العربي التي استقطبت هذه الاستثمارات (الشرق الأوسط: العدد 7943، 27/8/2000).

هـ - السياحة العربية يمكن أن تسهم في تحقيق تعارف أوثق وتفاهم أفضل بين الشعوب العربية (دبلوماسية السياحة). كل ذلك يمكن أن ينعكس على دفع الاتصالات والعلاقات الدولية العربية - العربية وتوثيقها (الدبلوماسية الشعبية) والتعاون العربي، وذلك من أهم متطلبات هذا العصر، عصر العولمة وصراع الحضارات.

سبل توظيف السياحة في خدمة التكامل العربي

لفترة طويلة من التاريخ العربي الحديث ظل مفهوم السياحة والسائح مقصوراً إلى حد كبير على السائح العربي المسافر والسائح الغربي الزائر. كما ظل التعامل مع السياحة والسائح مقصوراً بالدرجة الأولى على إدارات الجوازات والإدارات الأمنية المختلفة بتلك الدول. وقليلة كانت (وحتى وقت قريب) تلك الدول العربية التي أفردت للسياحة مساحة مناسبة في خططها التنموية وأنشأت لها الإدارات الإشرافية والتنفيذية المتخصصة بما يساعد على تحقيق الأهداف الوطنية وينقلها إلى آفاق العمل العربي المشترك والأهداف العربية الكبرى في الوحدة والبناء والتطوير.

وجهد كبير ما زال مطلوباً في هذا المجال، لتفعيل الآليات السياحية الوطنية والإقليمية العربية بهدف جعل الوطن العربي وحدة سياحية متكاملة (سوق سياحية عربية مشتركة) وفق معطيات الجغرافيا والتاريخ والثقافة والاقتصاد السياسي العربي. وفيما يلي بعض الوسائل التي يمكن بها تطوير الحركة السياحية العربية البينية وتفعيلها لتعزيز التكامل الاقتصادي العربي ودعمه:

1 - زيادة عمليات التنسيق والتعاون بين جميع الأجهزة والهيئات المشرفة على القطاع السياحي في العالم العربي لتذليل كل العقبات والتشريعات التي تعترض حركة السياح العرب داخل الوطن العربي الكبير، وتنسيق الخطط السياحية العربية، وتفعيل دور المنظمات السياحية العربية المتخصصة في تنشيط الحركة السياحية العربية.

2 - تنشيط الاستثمارات العربية البينية لدعم السياحة العربية، وذلك عن طريق قيام الدول العربية بتحرير اقتصاداتها وفتح أسواقها السياحية أمام تدفقات رؤوس الأموال العربية. والحقيقة أن الاستثمارات العربية لا يمكن أن تأتي لمجرد سن القوانين الانفتاحية، فهناك اعتبارات أخرى مهمة لجذب الأموال العربية (وخصوصاً الأموال المهاجرة) يجب أن تؤخذ بجدية من قبل السلطات المختصة، وفي مقدمتها الاطمئنان، والشفافية، وتسهيل الإجراءات، فرؤوس الأموال تذهب دائماً إلى الدول التي تكون فيها القوانين والتشريعات واضحة ومطبقة بالتساوي على الجميع.

3 - تطوير الأساليب الإعلامية والتسويقية للنهوض بالسياحة العربية، حيث يجب العمل على التقريب بين العرض والطلب السياحي، وإيصال المعلومات إلى السياح غير المعروفين والمحتملين والاستفادة من الفضائيات في التعريف بالإمكانات

والمواقع السياحية العربية واستخدام الإنترنت وتكنولوجيا اختزال المسافات للتعريف بالمنتج السياحي العربي. يمكن أيضاً عن طريق الإعلام السياحي المخطط رفع الوعي السياحي عند السياح والمجتمعات المضيفة، وتغيير أنماط ممارسة السياحة بالطريقة العشوائية كما هو حاصل الآن عند كثير من السياح العرب.

4 – رفع مهارات العاملين وقدراتهم في مختلف الخدمات والمرافق السياحية، وحثهم على التعامل مع السائح العربي بأسلوب حضاري رفيع. فالسياح عادة ترتفع حساسيتهم تجاه أي مظهر من مظاهر عدم الترحيب من قبل المجتمع المضيف (Ryan, 1995). وهناك شكوى مريرة من ازدواجية التعامل مع السائح العربي من قبل شركات السياحة والفنادق العربية مقارنة بنظيره الأجنبي (سواح، 2000).

5 – حث مكاتب السفر ووكالاته وشركات الطيران العربية على تنظيم الرحلات السياحية الجماعية للدول العربية بمثل تلك الحوافز التي تقدمها لهم الشركات والمؤسسات السياحية الخارجية.

6 – جعل التبادل السياحي العربي مبدأ لازماً في كل اتفاقيات التعاون الثنائي أو المشترك العربي، وبخاصة في مجال الوفود الشبابية والرياضية والمهرجانات الثقافية، ومعسكرات العمل والمخيمات الكشفية، فالشباب هم قادة المستقبل، ومن شب على روح الانتماء العربي شاب عليها، وتشجيع جمعيات بيوت الشباب التي توفر السكن مخفض الأسعار للشباب.

7 – تحسين البنية التحتية اللازمة لتهيئة المناخ المناسب لتطور الخدمات والمرافق السياحية، وتنويع أنشطة الجذب السياحي في الوطن العربي، والاهتمام بتطوير النشاطات السياحية التي لا تتناقض مع القيم الدينية والاجتماعية للمجتمع العربي، ولا تؤدي إلى استنزاف الموارد السياحية الطبيعية والحضارية، أو تقليل النوعية البيئية.

8 – إنشاء قاعدة معلومات متكاملة بكل عناصر النظام السياحي العربي، حيث لا يمكن رسم خطة عربية للقطاع السياحي في ظل غياب الرؤية الواضحة لكل متغيرات هذا النشاط. كما يجب الاهتمام بتوحيد أساليب جمع المعلومات السياحية وتصنيفها في جميع الدول العربية، وإجراء الدراسات والبحوث بشكل دائم للتعرف إلى رغبات السياح العرب واهتماماتهم واحتياجاتهم. والتنسيق مع منظمة السياحة الدولية (WTO) لتصنيف العالم العربي منطقة سياحية واحدة بدلاً من التقسيمات الحالية التي لا تفيد في تتبع تطوره السياحي بوصفه منطقة سياحية مستقلة.

الخاتمة

تتوافر للوطن العربي موارد وإمكانات سياحية كبيرة ومتكاملة يمكن تنسيق استغلالها بحيث تستقطب معظم التدفق السياحي العربي، إضافة إلى السياح الدوليين غير العرب. ولا يتم ذلك إلا بتعاون وثيق وراشد بين الهيئات والأجهزة ذات العلاقة بالدول العربية جمعاء.

يجب العمل على ألا تكون هناك دول عربية بعينها تصدر السياح وأخرى تستقبلهم، بل يجب أن تكون كل دولة عربية مصدرة ومستقبلة للسياحة العربية في الوقت نفسه، حتى يمكن الانتفاع من الميزة النسبية لكل سوق سفر عربي وتحقيق أكبر قدر من إيجابيات السياحة.

إن زيادة حركة السياحة البينية العربية ستساعد على تيسير انتقال الأفراد ورؤوس الأموال وبناء مصالح مشتركة بين مختلف فئات المجتمع العربي، وتعريف السائح العربي بالأوطان العربية وثقافاتها المتنوعة ومواردها وإنجازاتها ومشكلاتها، ومن ثم تحقيق التكامل والتضامن العربيين وتعزيزهما، واللذين يمكن عن طريقهما الوصول إلى الوحدة العربية بطريقة واقعية بعيدة عن الأحلام والشعارات والقرارات السياسية.

المصادر

الأمانة العامة لجامعة الدول العربية (2000). **التقرير الاقتصادي العربي الموحد**. أبوظبي: شركة أبوظبي للطباعة والنشر.

حسن صالح (1993). السياحة في الوطن العربي. **شؤون عربية**: 76، 106–125.

سلطان الثقفي (1997). **السياحة في المملكة العربية السعودية: السلوك والأنماط**. الرياض: أركان الخليج.

سواح (2000). **السائح العربي يحلم بالمساواة بالأجنبي**. 1(4)، 38–42.

سياحة (2001). **الدورة الرابعة للمجلس الوزاري العربي للسياحة**. 1(1)، 24–27.

سيد الخولي (2000). العولمة والتغيرات الاقتصادية تدق جرس الإنذار. **الاقتصادية: راي وقضية**، ع 2375، 5/4/2000م.

الشرق الأوسط: العدد: 7239، 23/9/1998.

الشرق الأوسط: العدد: 7281، 4/11/1998.

الشرق الأوسط: العدد: 7803، 9/4/2000.

الشرق الأوسط: العدد: 7880، 25/6/2000.

الشرق الأوسط: العدد: 7943، 27/8/2000.

الشرق الأوسط: العدد: 7944، 28/8/2000.

عبدالعباس الغريري، وسمدية الصالح، وسيداتي ولدالدة (1999). **جغرافية الوطن العربي: دراسة لمعوقات تكامله الإقليمي.** عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.

عبدالمنعم إبراهيم (2000). منظور جغرافي سياسي وجيوبولتيكي للسياحة بالمملكة العربية السعودية. **العقيق:** 16 (31-32)، 51-58.

فاروق لقمان (1999). السياحة... منافع معكوسة. **الاقتصادية**، العدد 2126، 22/8/1999م.

فضل يونس (1993). **الجغرافيا السياحية.** بيروت: دار النهضة العربية.

محمد الزوكه (1991). **جغرافية العالم العربي.** الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية.

محمد القحطاني، وعبدالمنعم إبراهيم (1999). حجم التدفق السياحي والخصائص العامة للسياحة بمنطقة عسير. أبها: **الغرفة التجارية الصناعية.**

محمد القحطاني، ومحمد أرباب، وعبدالمنعم إبراهيم (1997). **السياحة الأسس والمفاهيم: دراسة تطبيقية على منطقة عسير بالمملكة العربية السعودية.** جدة: مطبعة دار العلم.

وزارة التجارة (1998). **درجات الفنادق وأسعار الإقامة بها.** الرياض: المملكة العربية السعودية.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism principles and practice*. London: Longman.

Goeldner, CH., Ritchie, J. R. & McIntosh, R. (2000). *Tourism: principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley & Sons.

Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3: 47-57.

Ryan, C. (1995). *Researching tourist satisfaction: Issues, concepts, problems*. London: Routledge.

Smith, S. L. J. (1995). *Tourism analysis: handbook*. London: Longman, 2nd ed.

Ullman, E. L. (1956). The role of transportation as the basis for interaction. In William L. Thomas, Jr., (Ed.) *Man's role in changing the face of the earth*: 862-880. Chicago: University of Chicago press.

WTO, (1995a). Global tourism forecasts to the year 2000 and beyond, Vol. 1: *The World*. Madrid: WTO.

WTO, (1995b). *Yearbook of tourism statistics*. Vol. 1 and 2 Madrid: WTO. 47ed.

WTO, (1997a). *International tourism: A global perspective*. Madrid: WTO.

WTO, (1997b). *Compendium of tourism statistics*, 1991-1995. Madrid: WTO. 17th ed.

WTO, (1998a). *Tourism market trends: Middle East*. Madrid: WTO.

WTO, (1998b). *Tourism economic report*. Madrid: WTO. 1st ed.

WTO, (2000). *Compendium of tourism statistics*, 1994-1998. Madrid: WTO. 20th ed.

قدم في: نوفمبر 2000.

أجيز في: مايو 2002.